

3

Economia da cultura: a oportunidade de um novo vetor de desenvolvimento*

LUCIANE FERNANDES GORGULHO

MARINA MOREIRA DA GAMA

PATRÍCIA ZENDRON

* As autoras agradecem as contribuições a Bárbara Henrique, Fabrício Brollo, Fernanda Balbi, Fernanda Farah, Fernanda Garavini, Gustavo Mello, Jacqueline Lacerda, Juliana Salomão, Luisa Paiva, Marcelo Goldenstein e Viviane Cardoso.

RESUMO

A Região Sudeste foi a líder e a mais beneficiada no processo de industrialização brasileiro do século passado. No atual cenário, a Região Sudeste encontra na indústria do conhecimento e da criatividade uma janela de oportunidade para a transição para uma economia pós-industrial, tanto pelo dinamismo intrínseco desses setores quanto pelo impacto da produção de conteúdo cultural e construção de ativos intangíveis na diferenciação e identidade da produção de bens e serviços nos mais diversos setores. Nesse contexto, o BNDES tem se colocado como parceiro das empresas na transição da matriz econômica brasileira, por meio de sua atuação direta nos vários segmentos e especialmente por seu apoio à economia da cultura, envolvendo desde apoio ao restauro do patrimônio histórico até o financiamento ao setor audiovisual. O objetivo do presente capítulo é apresentar e analisar o apoio do Banco à economia da cultura na Região Sudeste, embora tal atuação possa ser exemplo e modelo para o Brasil.

ABSTRACT

The Southeast region was the leader and that which most benefitted in Brazil's industrialization process throughout the past century. In the current scenario, the Southeast region has found a window of opportunity in the knowledge and creativity industry so as to make the transition to a post-industrial economy, not only due to the intrinsic dynamics in such sectors but also to the impact from producing cultural content and building intangible assets by differentiating and identifying the production of goods and services in the most diversified sectors. Within this context, the BNDES has taken on the role of a partner in companies during the transition of Brazil's economic matrix by directly operating in a wide array of sectors and especially by supporting the cultural economy. The latter ranges from support to recover historical heritage to financing the audiovisual sector. The aim of this chapter is to present and analyze the Bank's contribution to the cultural economy in the Southeast Region, not to mention that such a role serves as an example and model for the whole country.

INTRODUÇÃO

O setor de serviços tem apresentado crescimento expressivo nos últimos anos no Brasil, em linha com os países mais desenvolvi-

dos. Há muito debate-se sobre o dinamismo industrial no Brasil, especialmente porque o país, pelas características de sua economia e de sua população, não deve prescindir de um setor manufatureiro como fator indutor do crescimento econômico, seja para gerar empregos, seja para conferir o dinamismo próprio de sua atividade econômica e a difusão de inovações, com ganhos de produtividade para todos os setores.

Ocorre que, na chamada “economia do conhecimento”, as novas tecnologias, os padrões de demanda e o comportamento social têm alterado a divisão tradicional entre manufaturas e serviços, e observa-se que ambos estão cada vez mais integrados em um processo produtivo comum. Serviços complexos e de alto valor agregado, como os baseados em tecnologias da informação e comunicação (TIC), pós-venda, *design*, logística e *marketing*, são fundamentais para garantir a competitividade da indústria.¹

Nesse contexto, o país deve buscar uma política industrial moderna, superando a distinção clássica (e rígida) entre indústria e serviços e focando no processo de criação de valor. O objetivo é estabelecer um círculo virtuoso no qual consumidores tornam-se mais exigentes e as empresas respondem à demanda de produtos e serviços sofisticados e inovadores, gerando emprego e renda que estimulam essa demanda.

Apostar em serviços ligados ao conhecimento e à criatividade é permitir que o país construa ativos intangíveis que garantam a diferenciação da produção nacional e que o país fortaleça tanto a capacitação de seus consumidores quanto de suas empresas para se inserir nesse ambiente complexo, dinâmico e interativo [Goldenstein (2010)]. Na oferta de um sistema de produtos e serviços inter-relacionados, o sucesso está em atender à demanda dos consumidores e ter flexibilidade para contínua e intensa adaptação a essa demanda, em um processo de retroalimentação entre produção

¹ Para uma discussão sobre a dinâmica do setor de serviços, ver Galinari e Teixeira Junior (2014).

e consumo no qual a inovação e a criatividade são elementos-chave [Goldenstein (2010)]. Assim, a criatividade contribui duplamente para o desenvolvimento. De maneira mais imediata, contribui por meio da criação de conteúdos audiovisual, editorial, de música e de jogos e do dinamismo desses setores no mundo contemporâneo. Mas também há impacto pela produção de conteúdo cultural e criativo que potencialmente confere diferenciação e identidade à produção de bens e serviços nos mais diversos setores e que cria competências relevantes para o estabelecimento de uma indústria competitiva.

Em uma economia baseada no conhecimento, o papel da inovação não tecnológica é também importante, especialmente nas indústrias que não são tipicamente investidoras em pesquisa e desenvolvimento (P&D), mas que investem em outros intangíveis. Gastos em ativos de conhecimentos criativos passaram a ser tão críticos quanto gastos em P&D [Goldenstein (2010)].

A Região Sudeste foi a líder e a mais beneficiada pelo processo de industrialização brasileiro ocorrido no século passado. No atual cenário, é fundamental que ela também se prepare para a nova dinâmica industrial. Para isso, a Região Sudeste encontra na indústria do conhecimento e da criatividade uma janela de oportunidade para a transição para uma economia pós-industrial.

No âmbito empresarial, essas complexas discussões levam a uma reflexão acerca da importância dos investimentos em ativos intangíveis: ao lado dos projetos clássicos, mais ligados à expansão da capacidade produtiva por meio de obras civis e aquisição de máquinas e equipamentos, surgem com grande peso estratégico as iniciativas ligadas à inovação, ao *design*, ao fortalecimento de marcas, às estratégias de *marketing* e ao estudo do comportamento dos consumidores. Configura-se, desse modo, um amplo conjunto de temas que dialogam com a ciência, com a cultura e com a excelência em gestão.

Essa evolução da sociedade brasileira vem colocando sucessivos desafios à atuação do BNDES, cuja resposta tem sido a oferta de novas soluções de apoio financeiro. Os exemplos são inúmeros e envolvem desde o apoio não reembolsável a projetos de restauro do patrimônio histórico até o financiamento dos gastos em *design* e fortalecimento de marcas.

Para que o turismo possa alavancar o desenvolvimento regional, por exemplo, a infraestrutura local exige, de fato, reforma e construção de hotéis, mas passa também pela preservação do patrimônio histórico. Uma vez restaurado, tal patrimônio poderá ser utilizado na promoção do destino, dando à localidade uma identidade imaterial e simbólica e oferecendo ao viajante, mais do que lazer, uma vivência única. Isso mostra como o intangível e o concreto podem contribuir juntos. Conforme será visto neste texto, o BNDES já acumula um consistente histórico de apoio à preservação do patrimônio cultural.

Outra ilustração é dada pelo apoio ao audiovisual. Parte significativa dos custos de alguns segmentos industriais é dada pelos *royalties* devidos aos detentores dos direitos de propriedade intelectual relativos a personagens e símbolos, muitas vezes de origem estrangeira. Para o país, quando personagens nacionais ganham a predileção do público e tornam-se vetores para as vendas, tais *royalties* circulam internamente, ativam a indústria audiovisual e preservam a identidade cultural brasileira. A série de animação Peixonauta, caso detalhado neste capítulo, é um exemplo da ação do Programa BNDES Procult no apoio a essa indústria.

Observa-se que o eixo de intangíveis formado por inovação, *design*, moda e *marketing* vem ocupando um lugar de crescente importância na estratégia de atuação do BNDES e de sua Área Industrial, em particular – uma discussão que ultrapassa os limites deste capítulo. Para os planos de inovação das empresas, por exemplo, destacam-se os projetos apoiados com recursos do BNDES Fundo Tecnológico (Funtec), que procura incentivar par-

cerias entre empresas e institutos de pesquisa tecnológica, e os investimentos financiados na Linha BNDES Inovação, enquanto o recém-lançado Programa BNDES Prodesign busca incentivar o desenvolvimento de novos produtos ao financiar os gastos em *design*, moda e fortalecimento de marcas.

O BNDES, portanto, tem se colocado como parceiro das empresas nessa transição da matriz econômica brasileira, em que os traços pós-industriais têm se tornado cada vez mais nítidos e importantes, por meio de sua atuação direta nos diversos setores econômicos e especialmente por seu apoio à economia da cultura. O objetivo deste texto é apresentar e analisar o apoio do Banco à economia da cultura na Região Sudeste, embora tal atuação possa ser exemplo e modelo para o Brasil.

A próxima seção explora o conceito de economia criativa e sua contribuição para o desenvolvimento. A atuação do BNDES na Região Sudeste é abordada na terceira seção, com as estatísticas gerais e a apresentação de casos nos principais segmentos da economia da cultura. Finalmente, a quarta seção traça as perspectivas futuras e conclui sobre a atuação do BNDES nesse cenário.

A ECONOMIA CRIATIVA E O DESENVOLVIMENTO

Internacionalmente, as mudanças econômicas e sociais dos anos 1990 impulsionaram o deslocamento do foco das atividades industriais tradicionais para as atividades intensivas em conhecimento, localizadas no setor de serviços dinâmicos – e, por isso, com maior capacidade de geração de trabalho e, muitas vezes, maior capacidade de geração de valor agregado e apropriação (direito de propriedade) [Florida (2002)]. Entre essas atividades, ganha destaque a indústria do conhecimento e da criatividade. No mundo pós-industrial, são a inovação e a criatividade que conferem competitividade às empresas de um país para que ele cresça equilibradamente.

As atividades criativas são aquelas baseadas na criatividade individual aliada à habilidade e ao talento e que produzem emprego e renda na geração e exploração de nova propriedade intelectual e novo conteúdo. O interessante das atividades criativas, então, é a possibilidade de geração de valor e riqueza com o uso de uma menor quantidade de insumos (recursos) em razão da intangibilidade de seus produtos em um mundo pós-industrializado.

Para John Howkins, pesquisador pioneiro nessa área, as indústrias criativas geram produtos com maior valor agregado, pois, por um lado, são constituídos de recursos intangíveis baseados na qualidade – e não no custo – e, por outro, são passíveis de propriedade intelectual que garante a perpetuação do ganho. Dessa forma, as atividades criativas são responsáveis por parte significativa da geração de renda e emprego de um país que caminha para a pós-industrialização [Howkins (2001)].

No mundo contemporâneo, no processo de concorrência, as inovações traduzem-se na invenção de novos bens e serviços e na contínua reinvenção deles. Intangíveis são fatores não físicos utilizados na produção de bens ou serviços que irão gerar benefícios futuros para seus proprietários ou controladores, o que inclui direito de propriedade específico: marcas (derivada do *marketing* e da comercialização); patentes (das tecnologias); e *copyright* (das artes e da cultura) [Fingerl e Garcez (2002)].

Assim, para a economia criativa, a geração de riqueza depende da capacidade do país de também criar conteúdo criativo, transformá-lo em bens ou serviços comercializáveis e encontrar formas de distribuí-los, no mercado local e no exterior, ganhando escala e divulgando seu conhecimento [Kuhn (1993)].

A economia criativa no mundo

A ideia de focar o processo de pós-industrialização no incentivo à atividade criativa foi utilizada pela primeira vez na Austrália,

em 1994, com o lançamento do relatório Nação Criativa. Porém, foi no Reino Unido, em 1997, que ela ganhou maior notoriedade [Blythe (2000)], com a criação de uma força-tarefa do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte, para incentivar os setores que:

têm sua origem na criatividade, na perícia e no talento individuais e que possuam um potencial para criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração dos direitos de propriedade [Reino Unido (1998)].

Em termos contábeis, a indústria criativa é um dos setores com maior crescimento na economia mundial e tem boa contribuição no Produto Interno Bruto (PIB) nacional. A Tabela 1 sintetiza a participação da economia criativa na produção de diversos países.

TABELA 1 PIB do núcleo criativo e participação no PIB – países selecionados, 2011

País	PIB criativo (R\$ bilhões)	Participação no PIB (%)
Estados Unidos	1.011	3,3
Reino Unido	286	5,8
França	191	3,4
Alemanha	181	2,5
Brasil	110	2,7
Espanha	70	2,3
Holanda	46	2,7
Noruega	32	3,2
Bélgica	27	2,6
Suécia	26	2,4
Dinamarca	21	3,1
Áustria	15	1,8
Grécia	6	1,0

Fontes: UNCTAD (2010) e, para dados relativos ao Brasil, Firjan (2013).

De forma geral, a atividade criativa contribui para o produto, a renda, o emprego e o balanço de pagamentos. Por isso, a receita associada aos direitos de propriedade intelectual mais que dobraram entre 2002 e 2008. Por exemplo, as receitas de *royalties* aumentaram de US\$ 83 bilhões para US\$ 182 bilhões

[WIPO (2011)]. Mas o destaque é para a propriedade intelectual própria da indústria criativa – o *copyright* –, que, para alguns países, como os Estados Unidos, a Austrália e o Reino Unido, gera receitas anuais acima de 10% do PIB [WIPO (2011)].

Um exemplo muito significativo de como as indústrias criativas estão rapidamente tornando-se um fator de geração de renda e emprego qualificado para as economias é o desempenho do segmento de animação, que faturou em 2013 US\$ 222 bilhões [Digital Vector (2014)]. Foi nesse ano que a animação *Frozen* alcançou a marca da sexta maior bilheteria de todos os tempos do cinema mundial, com arrecadação global de US\$ 1,2 bilhão, de acordo com o *site* de *The Numbers*.² E mais, ainda em 2013, a indústria audiovisual de animação digital movimentou cerca de US\$ 500 bilhões em licenciamento de marcas e personagens, o que representa mais que o dobro do realizado em 2006 (US\$ 200 bilhões).³

A economia criativa no Brasil

No Brasil, embora tenha ganhado relevância política apenas nos últimos anos, a economia criativa é significativa, cerca de 3% do PIB [Firjan (2013)]. Segundo Firjan (2013), além disso, os trabalhadores do núcleo da indústria criativa brasileira são mais bem remunerados que os demais, o que é explicado pelo alto valor agregado da atividade e pelo elevado grau de instrução de seus profissionais.

À luz dessa ideia, a Firjan realizou um panorama do emprego e da remuneração da indústria criativa nos estados brasileiros. Nessa análise, São Paulo e Rio de Janeiro sobressaem-se: são 311 mil trabalhadores paulistas e 96 mil trabalhadores fluminenses no núcleo criativo. Respectivamente, isso significa que

² Até então, esse lugar era ocupado pelos desenhos *Toy Story 3*, *Rei Leão* e *Shrek 2*, com arrecadações em torno de US\$ 1 bilhão cada.

³ Fonte: <<http://kidscreen.com/issue/>>.

2,3% e 2,2% do mercado de trabalho desses estados é representado por profissionais que têm como principal ferramenta de trabalho a criatividade [Firjan (2013)].

Salário superior à média do mercado de trabalho é uma realidade compartilhada por todos os núcleos criativos estaduais. Enquanto o trabalhador brasileiro recebe, em média, R\$ 1.733 por mês, os profissionais do núcleo criativo recebem R\$ 4.693 [Firjan (2013)]. Em relação a salário médio, o núcleo criativo do estado do Rio de Janeiro é o grande protagonista: R\$ 7.275 [Firjan (2013)].

O BNDES e as atividades criativas

O BNDES, que teve início como financiador do mundo concreto e tangível da indústria tradicional, da indústria pesada, de insumos básicos, de bens de consumo e de infraestrutura necessários para promoção do desenvolvimento, vem buscando abranger o universo intangível da inovação. Dessa forma, a inovação é considerada prioridade na atuação do Banco, seja de forma direta ou transversal.

A criatividade ou criação, tal qual a inovação, como também é um fator decisivo para dar competitividade às empresas brasileiras e fundamental para o desenvolvimento do país, tem ganhado paulatinamente mais espaço no BNDES. Não apenas setores da economia da cultura, mas também os elementos simbólicos e culturais intangíveis “embarcados” nos bens e serviços tradicionais, por criarem novos conteúdos, terem alto dinamismo, preocuparem-se com o *design* e a arte, aumentam o valor agregado da produção e a competitividade dos produtos, sobretudo os destinados à exportação. Em uma economia baseada no conhecimento, o papel da inovação não tecnológica é também importante, especialmente nas indústrias que não são tipicamente investidoras em P&D, mas que investem em outros intangíveis. Gastos em ativos de conhecimentos criativos passaram a ser tão críticos quanto gastos em P&D [Goldenstein (2010)].

A criação pode ser equiparada à inovação em diversos aspectos. Além de identificar-se com o desenvolvimento de P&D das indústrias intensivas em tecnologia, o desenvolvimento de conteúdo das indústrias criativas, no setor audiovisual, editorial ou musical:

- i. envolve alto grau de conhecimento técnico específico (linguagem artística);
- ii. organiza-se na forma de equipes estáveis de desenvolvimento (núcleos criativos de estúdios, por exemplo);
- iii. demanda investimentos em novos produtos com alto grau de risco de *performance* comercial (novos personagens ou formatos);
- iv. gera direitos de propriedade intelectual (direito autoral, direitos conexos, registro de marcas e patentes referentes a novos personagens, formatos etc.); e, por fim,
- v. constrói um ativo de longo prazo para as empresas criativas com grande potencial de geração de receitas futuras (catálogos de filmes, séries, fonogramas e títulos editoriais, licenciamento da imagem de personagens, marcas das empresas e seus produtos etc.).

O BNDES iniciou seu apoio às atividades culturais e criativas⁴ em 1995 por meio de investimentos em restauro do patrimônio cultural e na produção cinematográfica, em uma abordagem inicial de patrocínio, dada a possibilidade de dedução fiscal para esses setores (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual).

Considerando a importância da economia criativa no PIB mundial e nas receitas advindas de direitos de propriedade intelectual, o dinamismo econômico dos setores abrangidos e a

⁴ É possível separar as atividades culturais das criativas: enquanto as atividades culturais são entendidas como aquelas que geram bens e serviços em cujo cerne se encontra a produção artística – como as artes visuais e performáticas, o patrimônio cultural e as produções culturais (cinema e vídeo, TV e rádio, games, música gravada e ao vivo, livros e imprensa) –, as atividades criativas (*software*, arquitetura, *design* e propaganda) são consideradas aquelas que têm a cultura como um insumo para a produção de bens funcionais, não culturais [Gorgulho et al. (2009)].

crescente relevância das atividades criativas nas economias pós-industriais, já em 2006 o BNDES tomou a decisão estratégica de apoiar a economia da cultura na ótica da promoção do desenvolvimento econômico brasileiro e equiparou o setor a outros já apoiados por sua Área Industrial [Gorgulho *et al.* (2009)]. Tendo isso em mente, o Banco desenvolveu novos instrumentos de financiamento e de investimento para a economia da cultura.

Destaca-se naquele contexto a criação do Procult, atual Programa BNDES para o Desenvolvimento da Economia da Cultura, com o objetivo de oferecer ao setor condições mais adequadas, que mitigassem as dificuldades de acesso ao crédito do Banco, em geral, associadas ao porte, ao nível de organização e governança e à valoração dos ativos intangíveis de suas empresas. Uma das características mais importantes do Procult é a possibilidade de trabalhar sem garantias reais e de desvincular os limites de crédito dos parâmetros bancários de proporção de ativos historicamente desenvolvidos para o financiamento de indústrias tradicionais baseados em “tijolo” e “máquinas”.

Os setores abrangidos foram, inicialmente, o audiovisual e, a partir de 2009, o editorial, o de música, o dos jogos eletrônicos e o dos espetáculos ao vivo, além do de patrimônio cultural. Também foram ainda integrados ao programa mecanismos de renda variável e não reembolsáveis, o que lhe conferiu maior capacidade de atuação, por exemplo, por meio dos Fundos de Financiamento da Indústria Cinematografia Nacional (Funcines).

Por fim, em outubro de 2013, o Procult foi renovado, mantendo sua abrangência a todas as cadeias produtivas da economia da cultura, mas fortalecendo sua ênfase à inovação, com a oferta de condições de crédito mais atrativas aos projetos inovadores, entendidos como aqueles que:

- i. privilegiem o desenvolvimento de ativos geradores de direitos de propriedade intelectual, tais como a criação de novos personagens, marcas, produtos (obras, títulos)

ou formatos, nos quais se vislumbre significativa capacidade de geração de receitas futuras derivadas de licenciamento ou outras formas de rentabilização de direitos; ou

- ii. destinem-se a desenvolver ou implementar conteúdos em novas plataformas, de caráter digital, interativo, multiplataforma ou transmídia, que não se resumam à mera digitalização de acervos.

Fica claro que o foco da atuação do programa evoluiu do financiamento de projetos para o financiamento dos planos de negócios das empresas; aprofundou o estímulo à inovação e à produção de conteúdos com potencial de geração de receitas futuras por meio de licenciamentos e formas semelhantes; e concentrou-se crescentemente na utilização dos mecanismos de crédito bancário, diluindo, assim, a importância dos recursos não reembolsáveis associados a incentivos fiscais.

No que se refere ao patrimônio cultural, a partir de 2009 a atuação do BNDES tem como base o reconhecimento de que a herança cultural arquitetônica e urbana que permeia os cenários das cidades brasileiras é, atualmente, um dos grandes estímulos para seu desenvolvimento econômico-cultural. Essa atuação tem por base a filosofia de que o patrimônio pode se tornar a mola propulsora do desenvolvimento socioeconômico local e que os sítios históricos recuperados possam tornar-se ativos culturais e turísticos relevantes para essas cidades. É essa capacidade de gerar desenvolvimento que irá estimular e garantir sua preservação.

Nas palavras de Celso Furtado, em seu livro *Cultura e desenvolvimento em época de crise*,

todos os povos lutam para ter acesso ao patrimônio cultural comum da humanidade, o qual se enriquece permanentemente. Resta saber quais serão os povos que continuarão a contribuir para esse enriquecimento e quais são aqueles que serão relegados ao

papel passivo de simples consumidores de bens culturais adquiridos nos mercados. Ter ou não direito à criatividade, eis a questão (p. 21).

Nesse contexto, o BNDES vem procurando ampliar a abrangência e o conteúdo dos projetos de patrimônio, podendo abarcar ações integradas ao turismo, à revitalização urbana do entorno do bem público, à gestão do bem público e à geração de emprego e renda por meio do patrimônio histórico, assim como ações estruturantes para o setor, tais como a educação patrimonial e a formação de mão de obra. O objetivo passa a ser, mais do que apenas recuperar o patrimônio, estimular e facilitar o usufruto do bem restaurado, promover sua melhor utilização pela sociedade e gerar maior dinamismo econômico local, tornando o patrimônio histórico uma âncora para o desenvolvimento institucional, econômico, turístico e urbano da localidade onde se encontra.

A ATUAÇÃO DO BNDES NO SUDESTE

O BNDES apoia a economia da cultura por meio de um leque diversificado de mecanismos de crédito, que inclui financiamentos, aportes de renda variável e de recursos não reembolsáveis. Nos últimos anos, ampliou substancialmente os desembolsos para os setores culturais, com destaque para o Procult, no caso das operações diretas, e para o Cartão BNDES, no caso das operações indiretas.

Em 2013, foram aproximadamente R\$ 300 milhões desembolsados no Sudeste para diversos segmentos da economia da cultura, dos quais R\$ 63,5 milhões referentes às operações indiretas, com destaque para o Cartão BNDES (R\$ 32,5 milhões). O Cartão BNDES é um produto financeiro que efetivamente atende a todos os segmentos da economia da cultura. É por meio do Cartão que, por exemplo, é possível apoiar até mesmo espetácu-

los de circo ou rodeios. Por fim, o desembolso para as operações diretas foi de R\$ 236 milhões.

Em 2006, a criação do Departamento de Economia da Cultura (DECULT), da Área Industrial, revelou a decisão estratégica do BNDES de apoiar a economia da cultura na ótica da promoção do desenvolvimento econômico brasileiro sustentável, passando a dispor de uma unidade responsável pelo fomento e estruturação de negócios nessas cadeias produtivas. A Tabela 2 registra o valor anual das operações aprovadas para a economia da cultura na Região Sudeste, de 2006 ao primeiro semestre de 2014, desagregado em três setores.

TABELA 2 Valor anual das operações aprovadas para a economia da cultura na Região Sudeste pelo DECULT (em R\$ mil)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Jan.-jun. 2014	Total 2006-2014
Patrimônio cultural	9.137	7.840	18.838	53.427	56.731	85.429	40.534	29.356	48.070	349.361
Audiovisual	18.800	34.620	29.399	57.207	42.501	37.673	8.400	182.067	47.383	458.050
Editoras e livrarias	7.426	19.561	126.489	-	10.000	153.686	51.874	29.168	642.768	1.040.973
Total	35.363	62.021	174.726	110.635	109.232	276.788	100.808	240.591	738.221	1.848.384

Fonte: BNDES.

Do total de R\$ 1,8 bilhão aprovados no período, o maior volume de recursos coube à cadeia produtiva editorial, caracterizada pela intensa necessidade de recursos, tanto para o financiamento dos catálogos de obras quanto para a produção de suas edições. Essa cadeia, por meio de seus segmentos de livros didáticos e de livros científicos, técnicos e profissionais, presta importante contribuição à geração e disseminação de conteúdo voltado à educação.

O BNDES também se destacou no fortalecimento da cadeia produtiva do audiovisual na Região Sudeste, sobretudo em seu elo de exibição. Em parceria com a Agência Nacional do Cinema (Ancine) no âmbito do Programa Cinema Perto de Você (PCPV),

os financiamentos do Procult não só viabilizaram a expansão e a reforma de inúmeras salas de cinema, como também impulsionaram a descentralização da oferta na região por meio da instalação de novas unidades situadas em localidades carentes desse tipo de empreendimento.⁵

O financiamento ao elo de produção audiovisual também foi relevante, destacadamente ao incipiente segmento de produção de séries voltadas para TV, em especial, as de animação. Cabe mencionar a série Peixonauta (Fishtrounaut), da TV PinGuim em parceria com a Breakthrough, que foi a primeira série de animação brasileira comprada pela Discovery Kids Latin America. Lançada em 2009, alcançou elevados índices de audiência no Brasil, já foi vendida para mais de 75 países, incluindo Canadá e Estados Unidos, e vem gerando receitas com o licenciamento de mais de trezentos produtos que utilizam sua marca. Recentemente, foi lançada a série Show da Luna (Earth to Luna) no mercado norte-americano, com a compra do direito de exibição pelo canal pré-escolar Sprout, antes mesmo do lançamento no Brasil, sinalizando o amadurecimento das produções audiovisuais nacionais.

Ainda na estruturação de negócios na cadeia produtiva audiovisual, o BNDES também exerceu seu pioneirismo no fomento à constituição de Funcines, mecanismo de canalização de recursos de risco para empresas brasileiras de todos os elos da cadeia. Foram aprovados aportes de R\$ 39 milhões em cinco fundos.

No âmbito do patrimônio cultural brasileiro, utilizando nesse caso recursos não reembolsáveis, o BNDES adotou um novo enfoque, com o qual busca utilizar as ações de preservação como catalisadoras do desenvolvimento sustentável local. Esse conceito amplia o escopo da intervenção para além do patrimônio em

⁵ Como nos municípios de São João do Meriti (RJ) (complexo de seis salas), Diadema (SP) (complexo de sete salas), Hortolândia (SP) (cinco salas), Pouso Alegre (MG) (quatro salas); e, na cidade do Rio de Janeiro, nos bairros de Bangu (complexo de seis salas), Sulacap (seis salas), Ilha do Governador (quatro salas) e Irajá (seis salas).

si e permite a formulação de projetos mais robustos, por exemplo, pela incorporação de investimentos no entorno de monumentos históricos e de ações destinadas à ampliação dos usos pela sociedade do patrimônio restaurado.

Com essa nova concepção, o BNDES aprovou a alocação de R\$ 349,4 milhões na Região Sudeste no período de 2006 ao primeiro semestre de 2014. Cabe aqui citação especial para a alocação de recursos na preservação da memória nacional, por meio do apoio a projetos de recuperação e conservação de acervos museológicos, científicos, artísticos etc. No período, foi destinado um total de R\$ 71 milhões a 36 projetos localizados na Região Sudeste, dentre os quais se destacam dois projetos estruturantes voltados a importantes bibliotecas – um voltado à Biblioteca Nacional e outro à Biblioteca Brasileira Mindlin.

A seguir, são relatados alguns casos de apoio a empresas e iniciativas que oferecem uma visão mais concreta da atuação da Área Industrial do BNDES na promoção da economia da cultura na Região Sudeste. Essas experiências servem como exemplo da contribuição desses setores para o desenvolvimento sustentável, mas também mostram o potencial do apoio à economia da cultura para as demais regiões brasileiras.

Editoras e livrarias

Em 2013, o faturamento do setor, de cerca de R\$ 5,35 bilhões, representou crescimento nominal de 9% em relação ao ano anterior. O número de exemplares vendidos em 2013 foi de 467,8 milhões, 7,5% superior a 2012, e o total de títulos⁶ lançados em 2013, 62,2 mil, 7% superior ao ano anterior.

No novo cenário digital, as editoras continuarão a ser “gestoras e empacotadoras de conteúdo” na forma de livros (impressos e digitais) e serviços. A expectativa é de que os planos

⁶ Total de títulos: títulos com novo número de International Standard Book Number (ISBN) + reimpressões.

editoriais passem, de forma crescente, a conter investimentos voltados à produção de livros digitais e de conteúdos destinados a serviços (*on-line* ou não) prestados por meio da internet. Os *e-books* constituem a principal inovação do setor editorial. Sua introdução no mercado e sua trajetória de evolução e sofisticação representarão uma profunda transformação em toda a cadeia produtiva do livro, e as editoras terão de acompanhar esse processo. As livrarias, por sua vez, nesse processo de transformação da leitura, estão se tornando um lócus de provisão de cultura.

Conforme comentado, a cadeia produtiva editorial foi a que recebeu o maior volume de recursos nestes pouco mais de oito anos de atuação do DECULT no Sudeste. Neste intervalo, o Grupo Saraiva e a Livraria Cultura chamam a atenção não apenas pelo volume, mas principalmente pela recorrência do apoio.

GRUPO SARAIVA

O Grupo Saraiva é um dos maiores grupos editoriais e de comércio varejista de livros do Brasil. A Editora Saraiva ocupa posição destacada nos segmentos de livros didáticos e paradidáticos e científicos, técnicos e profissionais (CTP). Atua ainda no mercado de sistema de ensino, provendo soluções educacionais completas, incluindo serviços de apoio pedagógico e administrativos às escolas. A Livraria Saraiva, por sua vez, é a maior do país em faturamento e em área de vendas e obtém participação relevante no *e-commerce* brasileiro.

Desde 2008, o BNDES vem apoiando o investimento do Grupo Saraiva. Em 2014, o BNDES aprovou o apoio do Plano de Investimentos do Grupo Saraiva para o quadriênio 2013-2016. Além da significativa mudança no patamar de investimento, destacam-se no mais recente plano de investimento os projetos em inovação tecnológica.

A Editora Saraiva intensificará o investimento em conteúdos digitais, buscando a geração de novos conteúdos e das plataformas digitais necessárias a sua disponibilização. O investimento em inovação é um requisito para que a editora obtenha êxito na transição de uma empresa provedora dos tradicionais conteúdos educacionais para uma empresa provedora de serviços educacionais. A proposta é ir além do livro físico, desenvolvendo conteúdos em diversos formatos e apresentando-os em uma proposta educacional integrada.

A Livraria Saraiva, por sua vez, investe no desenvolvimento de plataforma digital de leitura proprietária (*e-reader* LEV). A venda da plataforma de leitura tem impacto na fidelização dos clientes e incentiva o aumento da base de leitores de conteúdos digitais.

LIVRARIA CULTURA

A Livraria Cultura é uma das mais importantes redes de livrarias do país, com 17 filiais no padrão *megastore* em sete estados do Brasil, onde são vendidos não apenas livros, mas também CDs, DVDs, brinquedos, jogos eletrônicos, *e-books* e revistas e são realizados concertos, *shows*, palestras, cursos e noites de autógrafos. A rede associa a venda de seus produtos à oferta de lazer e de experiências de entretenimento a seus clientes.

Por intermédio do Procult, o BNDES apoiou os dois últimos ciclos de investimento da Livraria Cultura, que contemplaram a estruturação de uma gestão de negócios mais eficiente e a expansão das filiais, três delas na Região Sudeste, marcando a entrada da marca paulista no mercado do Rio de Janeiro, com a abertura de uma *megastore* no Fashion Mall e outra no Centro da Cidade. No caso desta última filial, a Livraria restaurou o centenário Cine Vitória, contribuindo para a revitalização da área central do Rio de Janeiro.

Audiovisual: elo de exibição

O crescimento do mercado de conteúdo nacional para TV, sustentado pela progressividade anual das quotas estabelecidas pela Lei 12.485 e pelos novos recursos de fomento provenientes do Fundo Setorial Audiovisual, está propiciando uma verdadeira revolução de demanda para produtoras brasileiras independentes. De 2011 a 2013, houve um aumento de 1.009 horas para 3.884 horas de conteúdo nacional produzido. A expectativa é de elevação da qualidade das produções e do *market share* do conteúdo brasileiro, seja em cinema, seja em TV e novas mídias. O elo de infraestrutura, essencial para suportar a expansão esperada da produção audiovisual no país, pode se tornar um gargalo. Atualmente, além dos estúdios cativos de algumas emissoras de TV, o mercado conta com pouca oferta de serviços de alta qualidade, tanto de estúdios, como de pós-produção e de aluguel de equipamentos.

Por sua vez, o segmento de salas de cinema vem apresentando crescimento sustentado, tendo sido criadas mais de seiscentas novas salas, um aumento de 30% a.a. nos últimos dois anos. Há um grande espaço para o crescimento da oferta de salas de cinema, o que permite projetar uma redução do número de salas por milhão de habitantes do Brasil de aproximadamente 75 para sessenta, o que significa um salto das cerca de 2.700 salas contabilizadas em 2013 para 3.400 salas para os próximos anos.

No apoio ao elo de exibição do setor audiovisual, destacaram-se os apoios aos Grupos Severiano Ribeiro e Cinesystem.

SEVERIANO RIBEIRO

O Grupo Severiano, que atua no mercado cinematográfico há 97 anos, iniciou o relacionamento com o BNDES em 2009, quando foi aprovado financiamento no âmbito do Procult para a implantação de três complexos cinematográficos, com 16 salas de cinema, localizadas no Rio de Janeiro, em Brasília e em São Paulo,

com o objetivo de atender à demanda por salas de exibição em regiões com baixa oferta de entretenimento.

Em 2012, o BNDES, em parceria com a empresa, estruturou uma operação de apoio a seu Plano Trienal de Investimento. Assim, foi aprovado o maior financiamento⁷ para construção e modernização de salas de cinema até o momento. O projeto, no total de R\$ 107,7 milhões, visou à implantação de 81 salas de cinema, em 12 cidades, e a geração de 1.225 empregos.

Atualmente, a Severiano Ribeiro posiciona-se como a maior rede de cinema 100% brasileira, possuindo mais de 230 salas de projeção, localizadas em 17 cidades do Brasil. O grupo emprega atualmente mil funcionários, tem cerca de quinhentos prestadores de serviço contratados e mantém aproximadamente 750 postos de trabalho indiretos. Após a conclusão do projeto, deverão ser abertas 1.225 vagas.

O apoio do BNDES ao grupo contribuiu para a consolidação e expansão da principal empresa de capital nacional do setor, com a ampliação de seu parque instalado. Além disso, contribuiu para a redução do déficit de salas de cinema no Brasil, possibilitando a introdução de novos consumidores no mercado e consumo de cultura.

CINESYSTEM

Já a Rede Cinesystem é uma das principais exibidoras do Brasil, precursora da digitalização no país com os primeiros complexos 100% digitais, e conta hoje com 91 salas em operação, distribuídas em sete estados brasileiros.

⁷ Grande parte dos complexos incluídos no projeto está em linha com o programa de expansão do parque exibidor cinematográfico brasileiro da Ancine e com as prioridades estabelecidas no PCPV, operado pelo BNDES em parceria com o Fundo Setorial do Audiovisual. O PCPV contempla complexos cinematográficos localizados em regiões prioritárias, baseado em três indicadores: distância do complexo cinematográfico mais próximo; nível de escolaridade; e renda. Quanto maior a distância para o complexo cinematográfico mais próximo e menor o nível de escolaridade e renda, melhores são as condições do programa. Seis complexos cinematográficos do projeto estão incluídos na prioridade máxima do PCPV, cinco na Prioridade 2 e dois na Prioridade 3, o que demonstra que o Plano de Investimentos do Grupo apresenta forte interesse cultural e social. A expectativa é de que o projeto leve acesso à cultura para regiões carentes de equipamentos culturais.

O grupo iniciou suas atividades em 2003, expandindo-se por meio da abertura de novos complexos *multiplex*.⁸ O apoio do BNDES à Cinesystem teve início em 2007, quando o grupo possuía cerca de vinte salas. No âmbito do Procult, foi concedido um financiamento destinando à implantação de seis salas de cinema no Bangu Shopping, no Rio de Janeiro (RJ). Desde então, o BNDES vem apoiando consistentemente o crescimento do grupo e contribuindo, assim, para a desconcentração da oferta de salas de cinema, com ênfase na projeção digital e 3D.

A partir de 2012, com a entrada de investimento do Grupo Stratus,⁹ no capital da empresa, esta deu sequência a um ambicioso Plano de Crescimento, prevendo a aquisição de exibidores e a aceleração dos investimentos em novos complexos. Faz parte da estratégia da empresa tornar-se o primeiro exibidor nacional com capital aberto na Bovespa. A atuação da Cinesystem está voltada para uma estratégia de nicho, em regiões onde os grandes grupos exibidores não apresentam interesse, em cidades médias do interior ou nos subúrbios dos grandes centros metropolitanos.

Audiovisual: elo de produção

O financiamento ao elo de produção audiovisual marca a contribuição do BNDES para a estruturação e o fortalecimento da cadeia produtiva do audiovisual. No apoio às empresas TV PinGuim, Conspiração Filmes e Grupo Cinevideo, o Banco conseguiu fomentar produções nacionais para TV e cinema, impulsionando o mercado audiovisual, que hoje está em plena expansão.

⁸ *Multiplex* é o nome que se dá para a operação de várias salas de exibição em um mesmo local, com infraestrutura comum, como cabine de projeção, *foyer*, *bombonière*, banheiros, instalações administrativas e arquibancadas *stadium*.

⁹ Empresa brasileira de *private equity* com foco no *middle-market*.

TV PINGUIM

Com sede em São Paulo, a TV PinGuim é hoje uma das principais produtoras brasileiras de animação infantil. Uma de suas marcas mais famosas é o personagem Peixonauta, lançado em 2009 na série de TV de mesmo nome, criada em parceria com o canal Discovery Kids e com a produtora canadense Breakthrough Entertainment Inc.

Atualmente, a série é exibida em mais de 75 países, e o Peixonauta já ganhou uma segunda temporada, um longa-metragem e uma série de produtos licenciados, o que vem gerando receitas constantes para a produtora, quintuplicando seu número de empregos diretos nos últimos sete anos.

O BNDES é parceiro fundamental nessa trajetória. Em 2007, por meio de uma estruturação pioneira do Procult associada a recursos incentivados pela Lei do Audiovisual (art. 1ºA), no total de R\$ 1.750 mil, viabilizou a produção de temporada do Peixonauta, que estreou como líder de audiência no canal Discovery Kids.

Em 2014, a produtora contratou um novo financiamento no âmbito do Procult, desta vez destinado ao desenvolvimento de todo o seu plano de negócios, que contempla a produção de novas séries, longas-metragens e personagens, além de um projeto de estruturação comercial com vistas a aumentar os recebíveis decorrentes da exploração comercial de sua propriedade intelectual como uma fonte de receitas de longo prazo. Fruto desse novo apoio, a empresa desenvolveu a nova série Show da Luna (Earth to Luna). Foi a primeira série brasileira a ser adquirida pelo importante canal norte-americano Sprout, do grupo NBC, no qual estreou com grande audiência. Isso abre caminho para decolagem das receitas de licenciamento naquele que é o maior mercado global.

CONSPIRAÇÃO FILMES

A Conspiração Filmes, localizada no Rio de Janeiro (RJ), é uma das mais importantes produtoras independentes de conteúdo

audiovisual do país. Com faturamento superior a R\$ 120 milhões, a empresa atua no Brasil e no exterior, nos ramos de desenvolvimento de conteúdo, produção e pós-produção para televisão, cinema e internet e na realização de produções publicitárias e de conteúdo corporativo.

No mercado cinematográfico, a Conspiração é a produtora brasileira com maior volume de produção, tendo lançado 26 longas-metragens, entre eles, grandes destaques da bilheteria nacional, como *2 Filhos de Francisco*, com mais de 5,3 milhões de espectadores e indicação brasileira ao Oscar 2006 de Melhor Filme Estrangeiro. Na TV, a produtora já realizou produções comercializadas para mais de trinta países e exibidas por diversas emissoras, com destaque para a série infantojuvenil *Detetives do Prédio Azul*, em parceria com o Gloob, atualmente na terceira temporada, e para a série *A Mulher Invisível*, ganhadora do Emmy Internacional 2012.

O BNDES já apoiou 16 obras audiovisuais da produtora, tanto por meio de seu Edital de Cinema quanto por meio de financiamentos no âmbito do Procult. Destaque-se também a participação minoritária no capital da empresa, adquirida pela BNDESPAR em 2009, por meio de investimento do Funcine RB Cinema I, que forneceu o capital necessário para a ampliação da empresa para o segmento de TV, contribuindo ainda para aprimoramento de sua gestão e governança.

O novo plano estratégico de crescimento da Conspiração, que conta com o apoio do BNDES no valor de R\$ 26 milhões, prevê a implementação de um ambicioso plano de negócios, para fortalecer ainda mais o aspecto comercial da produtora.

Patrimônio cultural: patrimônio histórico

O apoio do BNDES à economia da cultura não ocorre somente por meio de instrumentos de financiamento reembolsável. Para algumas atividades do núcleo da economia da cultura, o

retorno econômico não é apropriado pelas instituições culturais, mas retorna à sociedade de diversas maneiras, sendo mensuradas em externalidades positivas ou não mensuráveis no caso de benefício difuso e contribuição para competitividade da indústria brasileira (como destacado anteriormente no presente capítulo). Reconhecendo a importância do apoio a essas atividades e as características próprias de sua contribuição econômica, o BNDES dispõe de instrumentos de apoio não reembolsável focados principalmente na preservação e dinamização de monumentos e cidades históricas, na ampliação e qualificação de equipamentos culturais e em projetos de preservação e acesso a acervos.

O BNDES vem exercendo na Região Sudeste sua nova forma de atuação, ultrapassando o apoio à preservação do patrimônio histórico *stricto sensu* e alcançando o estímulo ao desenvolvimento econômico e social induzido por ações de preservação do patrimônio cultural. Dois exemplos são emblemáticos dessa mudança: a atuação na cidade de Tiradentes, em um novo conceito de perímetro; e o projeto Fábrica de Espetáculos, do Theatro Municipal do Rio de Janeiro.

TIRADENTES

O Centro Histórico de Tiradentes foi tombado pelo antigo Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN),¹⁰ em conjunto com outras seis cidades mineiras em 1938. Nessa fase, as cidades eram vistas como obras de arte acabadas, passíveis de poucas transformações em aspectos urbano-arquitetônicos e representantes da produção arquitetônica brasileira mais autêntica.

As ações propostas para apoio financeiro do BNDES iniciaram-se em 2009 e foram selecionadas em conjunto com o Comitê

¹⁰ Nome inicial do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan).

Gestor de Turismo¹¹ da cidade, com a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e com os grupos culturais ativos no município. O principal critério para a seleção dessas ações foi sua contribuição para a valorização do patrimônio material e imaterial de Tiradentes, aumentando a qualificação da cidade para o turismo por meio do uso do patrimônio material edificado como atrativo. Assim, foram financiados não apenas a restauração de prédios históricos, mas também sua requalificação – com a instalação de três novos museus –, o Plano Diretor da Cidade – como um importante marco para o desenvolvimento do turismo não predatório¹² – e o Projeto de Educação Patrimonial. Este último consiste em educar a população da cidade e do entorno sobre o patrimônio material e imaterial de Tiradentes, com o objetivo de despertar a consciência cidadã da comunidade tiradentina sobre a importância do patrimônio e todas as ações de preservação que estão sendo implementadas na cidade.

Assim, pretende-se que o apoio do BNDES a Tiradentes – não apenas na qualidade de financiador, mas induzindo e incentivando pessoas e projetos, coordenando os anseios dos diferentes atores e promovendo encontros produtivos – tenha um resultado estruturador, isto é, que seus efeitos econômicos perdurem, aumentando a renda e o emprego na cidade.

FÁBRICA DE ESPETÁCULOS

A Fábrica de Espetáculos, novo equipamento cultural localizado na Região Portuária do Rio de Janeiro, é um dos projetos com grande potencial para promover a revitalização de áreas degra-

¹¹ Comitê formado pela sociedade civil para acompanhar as atividades realizadas no âmbito do programa 65 Destinos Indutores do Turismo, do Ministério do Turismo.

¹² Contratação de serviços de consultoria para a elaboração de diagnóstico e proposta para o Plano Diretor de Tiradentes e a definição de um Plano de Ação Municipal, de forma a preparar a cidade para um desenvolvimento mais pleno.

dadas e oportunidades de desenvolvimento econômico e social, por meio de projeto de restauro do patrimônio cultural.

O equipamento foi concebido tendo em vista as necessidades de reversão do processo de degradação da atual CTP do Theatro Municipal do Rio de Janeiro após 35 anos de existência.

Além da criação de uma nova CTP, com a renovação dos espaços de trabalho e instalação de equipamentos de última geração para as atividades de produção, a fim de manter-se como referência nacional de qualidade em produções, o projeto também contempla a criação de uma escola técnica especializada nos ofícios cênicos, denominada Escola de Espetáculos, onde serão ministrados cursos profissionalizantes em ofícios cênicos, com expectativa de capacitação de seiscentas pessoas/ano, suprimindo uma demanda reprimida do mercado e favorecendo a futura geração de emprego e renda.

Haverá ainda um espaço de visitação pública denominado Parque Temático do Espetáculo, que reunirá várias atividades interativas de acesso público, as quais possibilitarão a visualização das oficinas durante o horário de produção. E, por fim, um módulo especial de preservação do centenário acervo museológico do Theatro Municipal, chamado Módulo Memória, que permitirá o acesso ao acervo pelo grande público, com a construção de galerias expositivas dos cenários, figurinos, croquis e maquetes, além do acervo documental histórico, como programas, plantas, partituras e fotos inéditas. Haverá ainda uma área específica aberta à pesquisa, com acesso público à biblioteca e à midiateca.

O projeto conta com importantes parceiros, dentre os quais se destacam o Teatro Alla Scala de Milão, referência internacional na produção de espetáculos cênicos, e a escola de arte e tecnologia Spectaculu, que tem como missão integrar à sociedade o adolescente em situação de risco social por intermédio da arte.

A Fábrica de Espetáculos será, assim, uma âncora cultural no processo de revitalização do chamado Porto Maravilha, contribuindo ainda para fortalecer as cadeias produtivas da economia criativa no Rio de Janeiro.

Patrimônio cultural: acervos

O apoio à economia da cultura no Sudeste também tem exemplos interessantes de como a preservação de acervos pode beneficiar a sociedade e promover o desenvolvimento: o apoio à Biblioteca Brasileira Mindlin e ao Museu Casa do Pontal.

BIBLIOTECA BRASILIANA MINDLIN

A Biblioteca Brasileira Mindlin (BBM), instituída a partir da doação da biblioteca particular da família Mindlin para a Universidade de São Paulo (USP), é a mais importante coleção do gênero formada por um particular no Brasil.¹³

A biblioteca já nasceu digital e adotou a plataforma Corisco, desenvolvida em *software* aberto pelo núcleo de pesquisa Brasileira USP. A plataforma tem sido uma ferramenta importante de digitalização de acervos brasileiros por sua capacidade de ser replicada em uma rede de acervos (públicos e privados) e vem sendo compartilhada desde 2009 por diversas instituições culturais.

Com o apoio do BNDES, foi possível alcançar a qualidade técnica das instalações, equipamentos e mobiliário do novo edifício construído pela USP, qualificando a biblioteca como um centro de referência alinhado com os mais reconhecidos centros de cultura contemporâneos.

O apoio do BNDES também foi determinante para a montagem de um moderno laboratório de digitalização capaz de

¹³ Acumulada ao longo de oitenta anos pelo bibliófilo José Mindlin e sua esposa, Guita, conta com um conjunto de 32 mil títulos de livros, além de documentos e manuscritos, chegando ao expressivo número de 60 mil volumes, entre eles, cerca de 10 mil obras raras. Parte das obras doadas pertenceu à biblioteca de Rubens Borba de Moraes.

atender à demanda exigida para a criação de repositórios digitais compartilhados e buscadores de dados,¹⁴ além de ser capaz de garantir a preservação digital do acervo da BBM e de outras coleções da USP. O portal da BBM tem por princípio a oferta pública do maior conteúdo digital possível de forma universal e gratuita.

Em síntese, o apoio do BNDES auxiliou a BBM a ser mais que uma biblioteca pela biblioteca, e se tornar um centro de produção de tecnologia, de inovação, difusão e de formação profissional – tanto na área de novas tecnologias da cultura digital como da conservação e restauro do papel e do livro. Tal atuação permitirá que a USP exerça o protagonismo no desafio de lidar com as novas tecnologias como instrumento fundamental de preservação e acesso dos acervos memoriais para as futuras gerações.

MUSEU CASA DO PONTAL

Quanto ao Museu Casa do Pontal, situado no Rio de Janeiro, ele é considerado o maior e mais significativo museu de arte popular do país.¹⁵ Tombado em 1991 pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Artístico e Cultural do Rio de Janeiro, o museu foi congratulado com diversas premiações.¹⁶

O museu recebeu o apoio do Banco em três das cinco edições do Programa de Preservação de Acervos – Chamada Pública do BNDES.

Destacou-se o apoio a ações de modernização das instalações expositivas, higienização e catalogação do acervo, além de ações para estimular o acesso e a visitação. Neste último caso,

¹⁴ Os buscadores são desenvolvidos com modernos conceitos de interoperabilidade e sustentabilidade.

¹⁵ Seu acervo é composto por cerca de 8 mil peças, consideradas matrizes de arte popular brasileira, de duzentos artistas referentes às cinco regiões do país.

¹⁶ Destacam-se o prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade, concedido pelo Iphan, e a Ordem do Mérito Cultural, principal comenda de caráter nacional que é oferecida pelo governo federal por intermédio do Ministério da Cultura a pessoas e instituições cujas contribuições à cultura são relevantes.

merece especial destaque a criação do roteiro turístico Do Leme ao Pontal com o objetivo de estimular e consolidar o museu como polo de cultura na região da Barra da Tijuca.

A partir da distribuição de folheteria exclusivamente criada para divulgação da ação de visitação, essa rota turística passou a ligar os principais hotéis da orla da cidade do Rio de Janeiro ao Museu Casa do Pontal, com oferta de serviço de transporte exclusivo, tornando-se um roteiro requisitado pelas agências e hotéis. O projeto incluiu também a oferta de oficinas para estudantes de turismo e capacitação de profissionais de agências, hotéis e imprensa. O sucesso da iniciativa tem garantido a continuidade da ação mesmo após o término do apoio financeiro do BNDES.

Os exemplos acima demonstram que os segmentos sem fins lucrativos da economia da cultura podem ser fonte de desenvolvimento: pela ampliação e qualificação dos equipamentos culturais, pela dinamização do turismo cultural e da geração de emprego e renda a partir do patrimônio histórico, pelo reconhecimento do alto valor intrínseco aos acervos memoriais, fonte de todo o conteúdo seja audiovisual seja editorial produzido nos demais segmentos.

PERSPECTIVAS FUTURAS

O dinamismo observado nos setores da economia da cultura e o crescimento da atuação do BNDES demonstram a relevância crescente que tais setores vêm adquirindo na matriz de desenvolvimento brasileira, especialmente na Região Sudeste. O setor audiovisual, por exemplo, firma-se com destaque na economia brasileira, representando hoje 0,46% do PIB brasileiro, abaixo de indústrias como a automotiva (1,82%), mas acima da farmacêutica (0,40%) ou da têxtil (0,33%).

O setor editorial, da mesma forma, vem se beneficiando do aumento do poder de compra da população, da ampliação da

infraestrutura educacional do país nas últimas décadas e do maior acesso de ampla parcela da população à educação formal.

Novos segmentos, como o de jogos eletrônicos, vêm conquistando seu espaço com a inserção internacional de seus produtos e demonstrando o enorme potencial que o Brasil pode vir a desenvolver no futuro próximo.

As perspectivas futuras para a economia da cultura são promissoras. A acelerada evolução das TICs promove um intenso processo de ampliação e simplificação do acesso à informação. Avanços na área digital encorajam e possibilitam inovações em equipamentos e dispositivos, que demandam, de forma crescente, conteúdo criativo. Nesse contexto, a economia da cultura também vivencia o fenômeno da convergência digital, no qual todos os conteúdos, sejam textos, sons, imagens, filmes etc., podem ser produzidos em *bytes* e *bites*. Essa linguagem comum, digital, possibilita a mescla de tais conteúdos e, assim, amplia os limites de seus produtos e serviços, promovendo inovações até mesmo em produtos tradicionais, como livros e revistas.

Esse processo deverá se acelerar ao longo dos próximos anos. Ao adentrar o mundo digital, a economia da cultura passa a se beneficiar também dos avanços das TICs e, conseqüentemente, de fatores como interatividade, acesso imediato e compartilhamento em rede. Se, por um lado, a utilização de tais características agrega valor e transforma seus produtos, por outro lado, também transforma o processo produtivo ao requerer maior multidisciplinaridade em sua base produtiva, embora reduza o custo de produção.

Essa mudança de paradigma, tanto do lado da oferta quanto da demanda, que afeta as bases estruturais dessas indústrias gera uma oportunidade histórica para uma inserção disruptiva da economia brasileira na arena competitiva internacional. Trata-se aqui de uma terceira ou quarta revolução industrial,

em que novos entrantes, com novos modelos de negócios, têm em poucos anos de existência conquistado a cena internacional. Exemplos como Pixar, Dreamworks, Lionsgate, HIT/Mattel no setor audiovisual, assim como Amazon, Google e Apple no setor editorial, demonstram ser possível a inserção de novos líderes entre os *players* internacionais. Países como Canadá, Coreia e China têm priorizado em suas políticas públicas o segmento de mídia e entretenimento como altamente estratégico.

No relatório produzido em 2014 pela consultoria Pricewaterhouse Coopers sobre as perspectivas econômicas para o período de 2014 a 2018, há uma projeção para o caso específico das atividades de entretenimento e mídia, *core* das atividades criativas para a Price, de crescimento médio anual do PIB para o mesmo período de 9%, mas com alguns destaques importantes, como o de crescimento absoluto para China, Índia e Brasil [PwC (2014)]. O crescimento acima da média mundial para alguns países em desenvolvimento estaria ligado, sobretudo, ao processo de digitalização, de inclusão digital, que estão atravessando.

Pelos dados da Price, o Brasil ocupa hoje o décimo lugar do *ranking* mundial quanto a dispêndio com entretenimento e mídia, mas, com a projeção de crescimento anual para os próximos anos acima da média mundial e uma das mais altas dos países em desenvolvimento, alcançaria o sétimo lugar ainda nesta década.

Ressalte-se que tal dinamismo se deu até o momento sem que se tenha adotado no Brasil uma política articulada de apoio a tal segmento, exceto no setor audiovisual, o que demonstra as imensas possibilidades ainda a desenvolver.

No setor audiovisual, apesar da evolução recente, ainda se vislumbram imensas possibilidades, seja na ampliação do parque exibidor brasileiro na direção de métricas de salas de cinema por habitante em linha com países de renda equivalente, seja no segmento de produção audiovisual. De fato, estima-se o déficit de salas hoje no Brasil de cerca de 2 mil salas, o que significa pratica-

mente dobrar o parque exibidor instalado. Isso sem mencionar o imenso potencial de ganhos de produtividade e a esperada consolidação do setor que inexoravelmente ocorrerá nas próximas décadas. Com uma população do tamanho da brasileira, o país tem condição de gerar grandes grupos empresariais que não apenas se consolidem como grandes *players* brasileiros, como também possam expandir suas atividades para outros países, especialmente na América Latina, como já fizeram a norte-americana Cinemark e a mexicana Cinépolis.

TABELA 3 Top 20 mercado de mídia e entretenimento: dispêndio total (em US\$ milhão)

País	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-2018
Estados Unidos	480.469	498.271	522.946	549.061	572.874	598.544	626.161	658.664	689.398	723.733	4,8
Japão	153.667	159.043	162.492	167.680	168.862	170.282	171.504	172.681	173.593	174.690	0,7
China	75.704	88.110	102.210	114.530	130.934	147.377	165.265	182.497	200.322	219.412	10,9
Alemanha	102.099	104.764	107.955	110.269	112.833	115.257	117.479	119.776	121.772	123.893	1,9
Reino Unido	80.757	83.416	85.393	87.756	90.514	93.491	96.498	99.559	102.547	105.348	3,1
França	65.962	70.005	72.441	73.758	75.880	78.370	80.857	83.363	85.733	88.230	3,1
Coreia do Sul	35.804	39.478	43.381	45.839	49.225	51.835	54.296	56.563	58.623	60.460	4,2
Canadá	37.643	40.642	42.770	44.545	46.626	48.783	51.206	53.875	56.642	59.397	5,0
Itália	42.230	43.701	44.231	43.011	43.013	44.021	45.329	46.831	48.454	50.203	3,1
Brasil	26.424	30.420	34.751	38.791	42.186	46.853	51.528	57.136	62.722	68.810	10,3
Austrália	33.066	35.228	35.609	35.513	36.883	38.183	39.391	40.721	42.035	43.366	3,3
Rússia	18.127	19.860	22.307	25.012	27.701	30.833	34.100	37.331	40.665	44.307	9,8
Espanha	28.114	28.676	28.083	26.762	25.863	25.957	26.630	27.498	28.553	29.811	2,9
México	14.331	17.440	19.711	22.003	24.717	27.068	29.157	31.191	33.143	35.204	7,3
Índia	14.935	16.693	18.657	20.920	23.274	26.388	29.705	33.091	36.550	40.273	11,6
Holanda	20.030	20.440	20.804	20.897	20.998	21.458	21.893	22.470	23.025	23.593	2,4
Suíça	14.715	15.527	16.234	16.668	17.386	17.923	18.356	18.763	19.159	19.541	2,4
Suécia	14.596	15.091	15.429	15.285	15.634	16.090	16.630	17.261	18.029	18.852	3,8
Bélgica	11.829	12.476	12.904	13.129	13.430	13.726	14.002	14.261	14.504	14.748	1,9
Áustria	10.853	11.484	12.105	12.433	12.830	13.261	13.711	14.160	14.563	14.972	3,1

Fonte: PricewaterhouseCoopers (2014).

No segmento de produção audiovisual, a criação do Fundo Setorial Audiovisual, com orçamento anual se aproximando a R\$ 1 bilhão, e a aprovação da Lei 12.485/11, que, além de promover a regulamentação da entrada das empresas telefônicas no ramo de TV paga (ou serviço de acesso condicionado, nos termos da lei), também estabeleceu quotas de canais brasileiros e de conteúdo nacional mínimo na programação, têm provocado uma grande revolução, e o setor apenas começa a demonstrar seus resultados.

Nesse cenário, começa a se assistir no Brasil a uma verdadeira revolução com acelerada ampliação da quantidade de horas produzidas, proliferação de canais e programadoras nacionais e, especialmente, com crescimento e fortalecimento de produtoras nacionais independentes, que, em um futuro próximo, estarão competindo de igual para igual com os grandes estúdios internacionais. De fato, no segmento cinematográfico, o já observado aumento do *market share* do filme nacional tem forjado o surgimento de grandes distribuidoras nacionais que vêm sendo capazes de promover equações rentáveis para o filme nacional, o que antes não era possível. No segmento de produção independente para TV, as principais produtoras têm ampliado fortemente seu faturamento nos principais canais internacionais, demonstrando a qualidade da produção audiovisual brasileira. Nesse movimento, importa destacar não apenas que boa parte dessa produção tem sido desenvolvida nos núcleos criativos das produtoras nacionais, mas também, especialmente, que gera direitos proprietários que vêm contribuindo para a criação de catálogos que garantirão a geração sustentada de receitas de propriedade intelectual nacional, com potencial de exportação. Nesse contexto, destaca-se o segmento de animação, com sua capacidade de geração de renda e emprego qualificado. Por

tudo isso, acredita-se que a década iniciada em 2010 será conhecida como A Era do Audiovisual.¹⁷

Nos ramos de editoras e livrarias, o Brasil tem um amplo potencial a desenvolver, como demonstram os resultados na Região Sudeste. Embora venha passando por um movimento de concentração, com a ascensão de grandes redes de livrarias e a redução ou adaptação das pequenas lojas, com o aumento do poder de compra e do nível de escolaridade da população, outras regiões no Sudeste, assim como no restante do país, dispõem de amplo espaço para crescimento. Os financiamentos do BNDES têm contribuído para a expansão das grandes redes, contudo, a manutenção de um conjunto de livrarias especializadas ou de bairro depende de novas políticas públicas que permitam a sobrevivência competitiva do segmento, como a Lei do Preço Justo, adotada em países como a França, ora em debate no Brasil.

Ainda mais importante, no segmento editorial, prenuncia-se uma grande revolução digital que alterará as bases dessa indústria como é conhecida hoje. Nos Estados Unidos, precursor desse movimento, a participação do livro digital já alcança entre 20% e 25%, e novos modelos e regras de negócios vêm se estabelecendo nesse novo paradigma. Nesse segmento, o Brasil está não apenas atrasado como também pouco consciente dos riscos e oportunidades que a revolução digital ensejará.

Apesar disso, as políticas públicas direcionadas a fazer frente às novas oportunidades encontram-se em estágio inicial. A grande política pública para o setor editorial, capitaneada pela compra de livros didáticos pelo governo, pratica ainda tímidas iniciativas para ingressar no universo digital, deixando de aproveitar o pleno potencial de uma das ferramentas mais poderosas de política pública, que é o poder de compra governamental. Da mes-

¹⁷ Em uma alusão ao sucesso cinematográfico *A Era do Gelo*, ou ao seminal *A Era dos Extremos*, de Eric Hobsbawn, que demonstrou que grandes mudanças de forças entre as potências foram possíveis ao longo do século XX.

ma forma, os incentivos que se oferecem fartamente à inovação em TICs e farmacêuticos pelo sistema do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) ainda não encontram equivalente para a indução do desenvolvimento do livro digital. Trata-se de uma necessidade fundamental para a sobrevivência das editoras brasileiras, principalmente as de menor porte, não apenas para a digitalização do catálogo existente, mas também para o desenvolvimento de novos conteúdos, em especial aqueles mais sofisticados, como os *enhanced books* ou *app-books*. Seu desenvolvimento envolve inovação, pela concepção radicalmente distinta do processo produtivo, pelo montante dos valores envolvidos e pelo risco associado. O Brasil deixa, portanto, de aproveitar uma oportunidade histórica de impulsionar seu amplo e multifacetado setor editorial, que poderia, de outra forma, tornar-se um grande produtor e exportador de conteúdo nesse novo paradigma.

Em relação à indústria de jogos digitais, existe uma imensa oportunidade, gerada pelo volume do mercado de jogos digitais no mundo, que ultrapassa US\$ 65 bilhões [PWC (2014)], e pela crescente capacitação dos desenvolvedores brasileiros. A tendência de “gameificação” de diversas áreas, como a educacional, a capacitação empresarial, a de saúde, entre outras, demonstra que o segmento de jogos eletrônicos conta com um potencial que vai muito além dos jogos de entretenimento. Em estreita associação com o segmento de TICs, o desenvolvimento de jogos eletrônicos encontra-se na ponta da inovação para diversos segmentos.

Atento a essa importância e a seus impactos em outros campos da economia, o BNDES financiou e publicou em 2014 estudo pioneiro, conduzido por um consórcio liderado pela USP, que traçou um perfil detalhado do parque produtor brasileiro.¹⁸ Embora ainda seja um setor em formação, a indústria brasileira de

¹⁸ O estudo encontra-se disponível no portal do BNDES (http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/Apoio_a_estudos_e_pesquisas/BNDES_FEP/pesquisa_cientifica/games.html).

jogos digitais detêm competências, recursos humanos capacitados e empresas que desenvolvem produtos de qualidade, em particular nos segmentos de *advergames*, de jogos para dispositivos móveis e de *serious games*.¹⁹

A Região Sudeste conta com diversas empresas nesse nível, que participaram da referida pesquisa. Com base na pesquisa, algumas delas foram visitadas por técnicos do BNDES e possíveis operações de financiamento à expansão de suas atividades vêm sendo fomentadas.

Destaca-se também a importância do apoio do BNDES a eventos de mercado que reúnam profissionais do setor, agreguem experiências internacionais e promovam a realização de negócios, como é o caso do BIG Games, evento anual promovido pela principal associação do setor em conjunto com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) no âmbito do Programa Brazilian Game Developers.

Contudo, para desenvolver seu potencial, o estudo conduzido pela equipe liderada pela USP e diversos fóruns setoriais enfatiza que o segmento de jogos eletrônicos necessita de políticas públicas articuladas e especificamente voltadas ao segmento, reconhecendo a especificidade dos jogos eletrônicos como um segmento intermediário entre as TICs e o de conteúdo audiovisual.

Atuação do BNDES

As oportunidades para os segmentos da economia criativa crescem exponencialmente, e sua oferta só não é maior pelo tamanho reduzido das empresas e pela incipiência de políticas públicas articuladas e explícitas para esses setores (à exceção do setor audiovisual). Não se trata de políticas públicas para a cultura, mas

¹⁹ *Serious games* consistem na utilização da estrutura e da linguagem dos jogos para, de forma desafiadora, estimuladora e interativa, transmitir conhecimentos, técnicas, valores etc. Contam, assim, com uma ampla possibilidade de aplicações para uma vasta gama de setores, como educação, saúde, segurança, transporte terrestre, aviação e controle aéreo.

de políticas de desenvolvimento econômico baseadas nos setores culturais, como fizeram outros países.

A etapa de pós-industrialização já em curso em economias do Hemisfério Norte, por si só, dinamiza segmentos de mercado de bens e serviços criativos e abre janelas de oportunidade para os países em desenvolvimento, em particular para aqueles com maior capacidade para a criação de conteúdos. As cifras expostas nas seções anteriores evidenciam as proporções de tais oportunidades. Contudo, deter o trunfo de valores intangíveis como marcas e conteúdo cultural é decisivo para a competição e, portanto, está entre as prioridades do BNDES.

O fortalecimento do poder de compra das classes C e D no Brasil, fruto da significativa redistribuição de renda em curso no país, será um importante pilar de sustentação do crescimento da produção de bens de consumo industriais e de serviços vinculados ao entretenimento, entre os quais aqueles ofertados pelas atividades criativas. A demanda por conteúdo vem sendo, e será ainda, impulsionada pelo processo de digitalização em curso no Brasil e em diversos países em desenvolvimento e pela elevação do nível de escolaridade da população brasileira, resultante dos esforços das políticas educacionais.

A maior agregação de valor, geração de renda e construção de vantagens comparativas promovida pelas atividades inovadoras e criativas é imprescindível no processo de pós-industrialização. Embora a etapa de pós-industrialização se encontre em uma perspectiva futura, a organização, a estruturação e o fortalecimento da capacidade de inovação e criação no país fazem parte da agenda presente. A ação do BNDES, e da Área Industrial em particular, busca tanto os benefícios de curto prazo na geração de renda e emprego quanto os de competitividade da economia do Brasil, como sua preparação para as necessidades futuras, quando as atividades criativas, entre elas o núcleo formado pela economia da cultura, vão desempenhar importante papel na sustentação do crescimento.

A prioridade hoje perseguida pelo BNDES, de estímulo à inovação na matriz brasileira, alinha-se a essa trajetória. Essa prioridade abarca um conjunto amplo de iniciativas, que inclui a diferenciação das condições de crédito às cadeias produtivas da economia da cultura, mas também investimentos em *design* e moda, em pesquisa tecnológica e em desenvolvimento e ampliação de capacidade produtiva para levar as inovações ao mercado.

O pequeno porte das empresas e a impossibilidade de concessão de garantias pela intangibilidade da produção ocasionam uma restrição de crédito generalizada ao setor. Nesse cenário, o papel do BNDES é estratégico: compreender as necessidades do setor e construir mecanismos de financiamento que sejam capazes de fomentar as empresas produtoras de conteúdo criativo.

A agenda do Banco deverá ainda contemplar alguns outros desafios, entre eles o financiamento à exportação do conteúdo cultural brasileiro e o tratamento de atividades transversais, como o *design*, que, ao inovar, conferem diferenciais competitivos decisivos. Essas atividades adicionam aos processos produtivos conhecimentos sobre as necessidades do consumidor (mercado), materiais, tecnologias, funcionalidade, imagem etc., e assim agregam valor à produção de bens e serviços e os tornam mais competitivos.

Para além das linhas de financiamento desenvolvidas pelo BNDES e seu desafio de ampliar o apoio em direção a uma gama maior de empresas e daquelas de menor porte, são necessários o desenvolvimento de instrumentos a elas complementares, como a subvenção e o capital de risco, e a maior articulação de políticas públicas, com a inserção da economia da cultura entre as prioridades das políticas de desenvolvimento econômico.

REFERÊNCIAS

BLYTHE, M. *Creative learning futures: literature review of training & development needs in the creative industries*. 2000. Disponível em: <http://www.cadise.ac.uk/projects/creativelearning/New_Lit.doc>. Acesso em: jun. 2014.

DIGITAL VECTOR. *Global animation industry report*. 2014.

FINGERL, E. R.; GARCEZ, C. M. D. Á. Economia do conhecimento e a atuação do BNDES: considerando os intangíveis. *Trabalho e Sociedade*, Rio de Janeiro, Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade, ano 2, número especial, dez. 2002. Disponível em: <http://www.iets.org.br/biblioteca/Economia_do_Conhecimento_e_a_atuacao_do_BNDES.pdf>. Acesso em: mar. 2014.

FIRJAN – FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. *A cadeia da indústria criativa no Brasil* – Ed. 2013 (Nota Técnica). Rio de Janeiro, 2013.

FLORIDA, R. *The rise of the creative class*. New York: Basic Books. 2002.

FURTADO, C. *Cultura e desenvolvimento em época de crise*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1984.

GALINARI, R.; TEIXEIRA JUNIOR, J. R. Serviços: conhecimento, inovação e competitividade. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, BNDES, n. 39, p. 235-280, mar. 2014.

GOLDENSTEIN, L. O desafio da economia criativa. *Digesto Econômico*, São Paulo, LXV, p. 458, mai. 2010.

GORGULHO, L. et al. A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, BNDES, n. 30, p. 299-355, set. 2009.

HOWKINS, J. *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Allen Lane, 2001.

KUHN, R. *Generating creative and innovation in large bureaucracies*. Westport; London: Quorum Books, 1993.

PWC – PRICEWATERHOUSE COOPERS. *Global Entertainment and Media Outlook: 2013-2018*. London, 2014.

REINO UNIDO. Departamento de Cultura, Mídia e Esporte. *Mapping the Creative Industries*. 1998. Disponível em: <http://www.culture.gov.uk/creative/creative_industries.html>. Acesso em: abr. 2014.

UNCTAD – UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *Creative Economy Report 2008*. Geneve, 2010.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. *IP Report, 2011*. Genebra, 2011.

Sites consultados

KIDSCREEN MAGAZINE – <www.kidscreen.com>.

THE NUMBERS – <www.the-numbers.com>.